

EXPORT E BUSINESS

**TECNOLOGIA
MADE IN ITALY
PER IL SUD EST
ASIATICO**

di **Carlo Ferro** — a pagina 12

Nuovi strumenti per lanciare il business con il Sud Est asiatico

Scenari globali

**UN APPROCCIO
APERTO CHE SAPPIA
FOCALIZZARE
L'OFFERTA DEL
MADE IN ITALY
A SECONDA
DEI SINGOLI PAESI**

Carlo Ferro

L'High Level Dialogue Italia-Asean, recentemente svoltosi a Kuala Lumpur, è stata l'occasione per guardare al Sud Est asiatico con un'ottica rinnovata, dopo la creazione del Partenariato Economico Globale Regionale – lo spazio di libero scambio più ampio al mondo, con 2,3 miliardi di consumatori – e

alla vigilia di una nuova “geografia della globalizzazione” che seguirà l'aggressione russa in Ucraina.

L'importanza della prospettiva geopolitica per l'Europa è stata sottolineata da Romano Prodi, presidente dell'Associazione Italia Asean, organizzatore dell'evento con Ambrosetti e ICE.

Il commercio bilaterale tra l'Italia e i dieci Paesi dell'Asean, nonostante le difficoltà di questo periodo, è cresciuto del 21,6% rispetto ai livelli pre-pandemia (gen.-apr. 22 vs 19). E le esportazioni del nostro Paese verso la regione hanno raggiunto nel 2021 i 7,9 miliardi di euro.

Individuata l'opportunità, vanno definite le priorità in termini di Paese e di business. L'Asean associa 10 Paesi profondamente diversi per storia, politica, Pil, infrastrutture e industria.

Il rapporto del Pil pro-capite fra il Paese più ricco (Singapore) e quello meno (Myanmar) è, infatti, di 64x. Singapore, raggiunto il livello di saturazione dell'industria, sposta il focus su high-tech e produttività. La Malesia guarda a un nuovo ciclo industriale

4.0, mentre la Cambogia si avvia a un percorso di prima industrializzazione. Il Vietnam sta gestendo il passaggio dall'economia agricola all'urbanizzazione industriale con focus su meccanizzazione agricola, processi food-tech, infrastrutture sostenibili e nuove tecnologie industriali. Anche il grado di rischio politico e la coerenza con i valori



Superficie 21 %

europesi e atlantisti fra questi

Paesi sono diversi.

La transizione ecologica è

sicuramente fra i temi comuni.

Il cambiamento climatico richiede un'azione comune e urgente, perché il pianeta è lo stesso per tutti e non c'è un "planet B".

Secondo il Climate Risk Index, cinque dei venti Paesi maggiormente interessati da questo tema appartengono all'area Asean.

Proprio alla vigilia del dialogo, il disastro della Marmolada ha toccato l'Italia nel cuore delle Alpi. ICE Agenzia ha presentato un *position paper* su "energy transition and circular economy" (<https://www.ice.it/it/studi-e-rapporti/approfondimenti-sull'internazionalizzazione>) che focalizza l'offerta Made in Italy per l'Asean su cinque ambiti: transizione energetica, economia circolare, salute dei mari, sviluppo urbano sostenibile e agricoltura innovativa.

Tutti temi sui quali il nostro Paese sta affermandosi sul piano tecnologico e impiantistico, e ancor più potrà farlo grazie al Pnrr, la cui azione le recenti vicende politiche non devono rallentare.

Se è tempo di agire, la cooperazione ne è lo strumento: più alleanze pubblico-privato, più collaborazioni tra università e centri di ricerca, più partnership tra imprese italiane e locali, attraverso il coinvolgimento di un numero sempre maggiore di Pmi e di start-up. A Kuala Lumpur abbiamo lanciato il progetto di esportare i nostri centri industria 4.0 nell'area Asean, per rafforzare l'offerta di soluzioni e macchinari italiani a supporto dello sviluppo smart e sostenibile dell'area. Subito dopo, con il ministro Di Maio, abbiamo siglato l'accordo per allargare a Singapore il Global Start-up Program dell'ICE. Aiutare le start-up a crescere sui mercati internazionali significa formare sul paradigma innovazione-internazionalizzazione il Dna di una nuova generazione di leader.

ICE Agenzia è impegnata da circa tre anni su questi temi.

Promuoviamo, anche con la campagna di *nation branding be-IT* il Made in Italy come partner nel mondo per ridisegnare oggi i modelli futuri di vita urbana, mobilità sostenibile, industria e agricoltura intelligenti. Un approccio aperto, volto a "fertilizzare" l'innovazione e in cerca di nuovi mercati "amici".

Presidente ICE Agenzia

È RIPRODUZIONE RISERVATA